



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2020

---

**„Bleiben Sie gesund!“ – Die aktuelle Grußformel als Teil einer neuen  
Aufforderungskultur**

Wolff, Eberhard

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-200160>

Scientific Publication in Electronic Form

Published Version

Originally published at:

Wolff, Eberhard (2020). „Bleiben Sie gesund!“ – Die aktuelle Grußformel als Teil einer neuen Aufforderungskultur.  
Freiburg: Alltag in der Krise.



# „Bleiben Sie gesund!“ – Die aktuelle Grußformel als Teil einer neuen Aufforderungskultur



4. Mai 2020  
Aufforderungsgesellschaft,  
Aushänge,  
Disziplinargesellschaft,  
Gouvernementalität,  
Grußformeln, Kleinstmedien

„... und bleiben Sie gesund!“ Dieser Satz am Ende von E-Mails, Podcasts oder Nachrichtensendungen hat sich in Corona-Zeiten mit viraler Geschwindigkeit verbreitet. Er ist zu einer derzeit etablierten Grußformel geworden. Der Begriff „Grußformel“ versprüht Nüchternheit. Doch der Satz wird derzeit emotional verklärt als „[zärtliche Geste](#)“, egal ob in der Sie- oder der Du-Form des „Bleib gesund!“. In Anlehnung an Aby Warburg könnte man die Formulierung als „Pathosformel“ bezeichnen, mit dem Unterschied, dass es hier nicht wie bei Warburg um deren universale, überhistorische Gültigkeit, sondern um ihre Zeitspezifik geht.

Die meisten werden das „Bleib gesund!“ als fürsorgliche Freundschaftlichkeit verstehen, ähnlich dem englischen „Take Care“ oder dem schweizerischen „Heb Dir Sorg“. Man wünscht dem anderen Gesundheit. Dabei ist der Satz im Grunde eine Aufforderung, gesund zu bleiben. Genauso in der englischen Variante „Stay Healthy, Stay Safe“. Gerade heute transportieren appellative Grußformeln eine moralische Verpflichtung und tragen zur gegenwärtigen Ausbreitung einer Aufforderungskultur bei.

## Coronabedingte Geschäftsschließungs-Aushänge

Dies lässt sich zum Beispiel an den unzähligen Aushängen ablesen, die im Moment stufenweise wieder von den Glastüren und Schaufenstern Corona-zwangsgeschlossener Geschäfte, Studios und Restaurants verschwinden: meist Computerausdrucke, in der Regel DIN A4, oft mit Firmenlogo und im Stil freundlicher Kundenkommunikation: „Leider müssen wir ...“, „... sind wir gezwungen ...“. Gerade mit ihren Schlussformeln sind sie wie gewöhnliche Geschäftsbriefe formuliert. Und viele tragen das Corona-Additiv: „Vielen Dank für Ihr Verständnis und bleiben Sie gesund.“

Nach dem Beschluss des schweizerischen Bundesrats waren die Schließungen am 16. März 2020 angeordnet worden. Ich habe in der Zeit danach gut zweihundert solcher Aushänge in Geschäftszentren zweier Zürcher Vororte sowie in der Shopping-Mall „Glatzentrum“ systematisch, aber ohne Qualitätsanspruch, fotografiert und genauer angesehen, weil ich mich schon länger mit Kleinstmedien befasse – von Verbotsschildern über Sticker bis zu Memes. Solche Kleinstmedien tragen einige kulturwissenschaftliche Aussagekraft in sich, wenn man sie entsprechend ernst nimmt. Als serielle Quelle haben solche Aushänge grundsätzliche Gemeinsamkeiten, bieten aber auch einen individuellen Gestaltungsraum: Über das Formelhafte hinaus zeigen die vielen Varianten Schwerpunkte und Unterschiede in den Umgangsformen mit der Krise und damit Varianten von subjektiver Krisenkommunikation. Wie wird die Dramatik der Lage eingeschätzt? Was macht sie dramatisch? Wie soll man reagieren?

## Wunsch oder Aufforderung?

Nicht nur die [materielle Welt](#) ist vieldeutig. Bei den Aushängen ist selten eindeutig, ob das „Bleiben Sie gesund!“ einen Wunsch oder eine Aufforderung meint. Oft ist es wohl etwas zwischendrin. Das Drumherum liefert aber manchmal Indizien in die eine oder andere Richtung. „Wir wünschen Ihnen eine gute Zeit und vor allem bleiben Sie gesund“ verabschieden sich immer wieder Aushänge von den Kunden und Kundinnen. Ein Wunsch passt besser in die normale Business-Kommunikation als eine Aufforderung. Es ist deshalb um so bemerkenswerter, dass die Formel in einer Reihe solcher Aushänge viel stärkere appellative Züge annimmt. „... und bleibe gesund“ heißt es bei einer Zeitarbeits-Firma. „Bitte bleiben Sie gesund.“ schreibt ein Hausmeister in einem Mietshaus. Hier lässt sich deutlich mehr Aufforderung als Wunsch heraushören. Andere Aushänge geben zusammen mit der Grußformel kollektive Verhaltensregeln und Normen durch: „Achten Sie bitte auf sich und Ihre Mitmenschen und bleiben Sie gesund.“ schreibt eine Buchhandlung. „Bleiben Sie gesund, und halten Sie die Weisungen des Bundes ein!“ fordert eine Orthopädie-Schuhhandlung auf. Auch ohne die aktuelle Formel nutzen Geschäfte die Schließungs-Aushänge, um die Kundschaft auf kollektive Verhaltensregeln einzuschwören: „Passen Sie gut auf sich auf, unterstützen Sie sich gegenseitig und halten Sie sich an die empfohlenen Hygienemaßnahmen.“ mahnt ein Schuh-Filialgeschäft. „Haltet Abstand, wascht euch die Hände und haltet zusammen“ eine Skateboard-Kette. Die Aufforderungs-Spanne reicht von der freundschaftlich-fürsorglichen Empfehlung „Bleibt gesund und munter, hoffentlich bis bald“ des Treffpunkts für Menschen mit Beeinträchtigungen bis zur harschen Anweisung „Bleiben Sie gesund!! Und bleiben Sie zu Hause!!!!“ bei einer Schneideerei. Rote Schrift und Fettdruck verschärfen den Ton in einigen Fällen zusätzlich zu den Ausrufezeichen.

In Zeiten von „Bleiben Sie zu Hause!“ verliert das „Bleiben Sie gesund!“ schnell die Unschuld der fürsorglichen Geste. In das Wünschen schleicht sich untergründig bis vordergründig die Aufforderung, die Verpflichtung und der Versuch der Verhaltenszurichtung ein.

In früheren Epidemien wie der Spanischen Grippe wurden Verhaltensanforderungen meist obrigkeitlich dekretiert. Die Stadt Zürich überflutete in der Lockdown-Lage sein Stadtgebiet mit dem Text: „Bleiben Sie zu Hause. Bitte. Alle.“ Auch eine Bitte kann zur Aufforderung oder mehr werden.

In der Corona-Krise überschreiben Aufforderungen nicht nur die Namen von Fernsehsendern und Netzbetreibern auf den Bildschirmen, sie sind auch in Soziale Netzwerke, in unser Alltagshandeln diffundiert und zeigen das Aufkommen einer neuen, gegenseitigen Aufforderungskultur selbst in Aushängen und unscheinbaren, aber wirkmächtigen Grußformeln.

Aktuelle gesellschaftliche Themen werden heute zunehmend digital über „aktivistische“ Bewegungen vermittelt, die sich durch eine zirkulierende Emotionalität auszeichnen. Sie werden neuerdings mit dem Begriff der „affektiven Gemeinschaften“ beschrieben. Darin ist das „Bleiben Sie zu Hause!“ den Bewegungen für Klimaschutz, Vegetarismus oder gegen Food Waste verwandt. Sie stellen einen Nährboden für eine sich ausbreitende Aufforderungskultur dar.

## Zwischen Zivilgesellschaftlichkeit, Gouvernementalität und horizontaler Disziplinargesellschaft

Das kann man wohlwollend als Zivilgesellschaftlichkeit interpretieren. Im Sinne von Michel Foucault und nicht unbedingt wohlwollend ist es ein Ausdruck von „Gouvernementalität“, dem modernen Phänomen, dass wir „Regierung“ zunehmend in uns selbst hinein verlagern. Bei einem Zürich Waxing-Studio liest sich Gouvernemenalität so: „Für uns alle ist dies eine völlig neue Situation und außergewöhnliche Lage, die es nun als Gemeinschaft gemeinsam solidarisch zu bewältigen und miteinander zu überstehen gilt. (...) Bleiben Sie gesund!“ Foucault hätte seine Freude daran gehabt.

Ganz im Gegensatz zu „wohlwollend“ kann die Aufforderungskultur als neue Variante horizontaler Sozialkontrolle verstanden werden, bei der uns unser Umfeld in ein strenges Verhaltenskorsett zwingen will. Das Subjekt sei aus der Disziplinargesellschaft entlassen, heißt es in einem [Beitrag](#) dieses Blogs. Dass und Praktiken [disziplinieren und dirigieren](#), in einem anderen. Dass wir uns auch selber eine horizontale Disziplinargesellschaft erschaffen können, dafür bietet die Corona-Krise mit ihren unzähligen, sehr körperbezogenen Verhaltensreglementierungen ausreichend Material.

Das ist für mich die dunkle Seite desjenigen Mondes, dessen helle Seite mit dem jetzt so oft bemühten Begriff der „Solidarität“ beschrieben wird. Der beliebte Hashtag „#staythefuckathome“ kann als ironische Überhöhung des „Bleiben Sie zu Hause!“ gesehen werden, aber auch als Aufscheinen eines Kasernenhotons im neuen Kleid.

„Stay Cool – Stay Sane!“ lautete die augenzwinkernde Grußformel des kritischen Hamburger Rechtsmediziners Klaus Püschel am Ende eines Interviews. Selbst eine skeptische Antwort auf das „Bleiben Sie gesund!“ ist schnell auch wieder eine Aufforderung. Take Care!

Eberhard Wolff ([Basel](#) und [Zürich](#))

Teilen mit:

Twitter Facebook

Liken  
Sei der Erste, der dies gefällt.

Ähnliche Beiträge  
Darf man das? - Annäherungen  
Der Vorhang muss geschlossen bleiben - Folgen der Vereinzelung für die Soziokultur  
In "alltagenderkrise"

## Kommentar verfassen

Gib hier deinen Kommentar ein ...

## Ist das eigentlich noch Kultur oder schon Natur?

## Skypst du noch oder zoomst du schon?

- Impressum
- Datenschutz

## REDAKTIONSNOTIZ

Dieser Blog wurde geschlossen. Die Beiträge werden aber noch bis März 2021 abrufbar sein. Die Redaktion dankt allen Beitragenden aus Basel, Chemnitz, Frankfurt am Main, Freiburg im Breisgau, Göttingen, Hamburg, Heidelberg, Kiel, Leipzig, Straßburg, Tübingen, Zürich und weiteren Orten ganz herzlich für ihre Mitwirkung und allen Lesenden für ihr Interesse!

[Bitte bleiben Sie gesund!](#)

## SCHLAGWÖRTER

- Abbruch Abreise Alltag Alltagskultur  
Analogie Aprilscherz Bilder Chronik  
Danach Diskurs Distanz Eigenzeit  
Ende Erfahrung Ethik Europa  
Fake News Freiburg Hilfsangebote  
Homeoffice Humor Hysterie  
Identifikation Interview Klopapier  
Konflikt Krise Kultur  
Kulturanthropologie Kulturwissenschaft  
Kunst Körper Mobilität Muße  
Notizen Nähe Obdachlosigkeit Objekt  
Offenheit Online Ordnung Pandemie  
Partizipation Produktion Prävention  
Quarantäne Raum Recht Reflexion  
Risiko Selbstbeobachtung Soziokultur  
Spekulation Spontanität Staat Stadt  
Statistik Straße Struktur Symbol  
Therapie Umgangsformen Unruhe  
Unverfügbarkeit Urlaub Verunsicherung  
Verwaltung Wandel Widerstand Wissen  
Witz Woche Zahlen Zeit Zukunft

Suchen ...

## ANDERE PROJEKTE & BEITRÄGE

- [Alltag in der Krise – die Krise im Alltag](#)  
[Ethnographic Research in the Time of Coronavirus](#)  
[Boasblogs – Witnessing Corona](#)  
[Das Coronarchy](#)  
[Corona-Alltag – Dein Objekt für übermorgen](#)  
[Handlungstheorie im Souterrain](#)  
[Alltag in Zeiten von Corona](#)  
[Religion & Corona – Partizipative Medien- und Materialsammlung](#)  
[Doing Fieldwork in a Pandemic](#)

